

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO POLÍTICO EN DEMOCRACIAS MEDIATIZADAS: EL CASO DE CATALUÑA (1999-2003)

Communication Policies and Political Leadership in Mediated Democracies: The Case of Catalonia (1999-2003)

JOSEP ÀNGEL GUIMERÀ I ORTS

Universitat Autònoma de Barcelona
josepangel.guimera@uab.cat

PAOLA LO CASCIO¹

Universitat de Barcelona
paolalocascio@ub.edu

Cómo citar/Citation

Guimerà i Orts, J. À. y Lo Cascio, P. (2017).
Políticas de comunicación y liderazgo político en democracias mediatizadas:
el caso de Cataluña (1999-2003).
Revista de Estudios Políticos, 175, 145-175.
doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.175.04>

Resumen

Durante el último mandato de Jordi Pujol como presidente de la Generalitat (1999-2003), su Gobierno desplegó unas singulares políticas de comunicación marcadas por dos factores: la necesidad de reordenación de un sistema mediático en mutación y las urgencias en comunicación política de una CiU en claro declive e inmersa en el proceso de sucesión de su fundador y presidente. Este artículo lleva a cabo un análisis original sobre un objeto de estudio poco analizado y pone de

¹ En el curso del proceso de evaluación y publicación del artículo ha sido becada por la Fundação de Ciência e Tecnologia del Gobierno portugués, siendo, además de profesora de la Universidad de Barcelona, también investigadora postdoctoral del Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

manifiesto la estrecha relación de las políticas de medios del Gobierno y las necesidades de comunicación política de CiU. En concreto, con la necesidad de construir una imagen de líder político a Artur Mas y su lanzamiento como sucesor de Pujol y candidato de CiU a las elecciones de 2003.

Palabras clave

Políticas de comunicación; comunicación política; liderazgo político; Cataluña.

Abstract

During the last term of Jordi Pujol as president of the Generalitat (1999-2003), the government improved a specific communication policies marked by two factors: the necessary rearrangement of a changing media system and the need of a stronger media support for the CiU party, in clear increasing debility and immersed in the succession process of its founder and president. This article presents an original approach to an object of study rarely analyzed and highlights the close relationship between institutional media policies and political interests of CiU in the period considered. In particular, the research focuses the need to build the leadership image Artur Mas in order to launch him as successor of Pujol and CiU candidate in 2003 elections.

Keywords

Media policies; political communication; political leadership; Catalonia.

SUMARIO

I. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA. II. EL CONTEXTO POLÍTICO. III. EL GRAN MIEDO DE 1999. IV. UNA LEGISLATURA «PUERTAS ADENTRO». V. LA CONSOLIDACIÓN DEL LIDERAZGO DE ARTUR MAS. VI. LAS POLÍTICAS DE MEDIOS: REORDENAR Y CONTROLAR UN INSTRUMENTO DECISIVO: 1. La CCRTV: de buque insignia a actor con menor presencia. 2. La radio privada comercial: a la búsqueda de actores catalanes y afines. 3. Las subvenciones: entre la normalización lingüística y el clientelismo. VII. CONCLUSIONES. *BIBLIOGRAFÍA*.

I. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

Desde su llegada a la Presidencia de la Generalitat en 1980, Jordi Pujol mostró un gran interés por incidir en el sistema mediático catalán. Dos grandes preocupaciones captaron su atención y la de sus sucesivos Gobiernos, que dedicaron un elevado número de recursos políticos y económicos a este campo (Guimerà, 2014; Lo Cascio, 2008).

Por una parte, la creación de un sistema mediático específico de Cataluña lo más desarrollado y competitivo posible, que pudiera captar amplias audiencias y con capacidad de influir en la sociedad catalana. Este sistema era fundamental para el proceso de reconstrucción nacional y debía contar con una oferta pública potente (comparable a la de los grandes Estados europeos) y con medios privados competitivos. La intervención fue global e incluyó la radio, la televisión y la prensa tanto de alcance autonómico como local. Por otra parte, Pujol (2009 y 2007) siempre se mostró preocupado por contar con medios afines que respaldaran su proyecto político y apoyó la creación de medios públicos y privados que difundieran valores adscribibles al catalanismo. Ambos ejes estuvieron vigentes con fuerza hasta 2003, pero presentaron un perfil aún más acentuado y con algunas particularidades significativas durante su última legislatura (1999-2003).

Este artículo tiene como objeto de estudio, precisamente, las políticas de comunicación desplegadas por la Generalitat entre 1999 y 2003, y su relación con la situación política de CiU tanto al frente del Ejecutivo como en el tramo de sucesión de Pujol. El objetivo perseguido es analizar —teniendo en cuenta las líneas tradicionalmente seguidas por los Ejecutivos nacionalistas

desde 1980— las características específicas de esta actuación gubernamental en un momento de cambio tanto desde un punto de vista político como del propio desarrollo del sistema mediático.

El planteamiento adoptado en esta investigación es claramente interdisciplinar e intenta conjugar una perspectiva y una metodología ligada a la historia política y otra más centrada en las ciencias de la comunicación y en el análisis de las políticas públicas. Las razones de esta opción se justifican por el propio objeto de estudio: el reto es reflexionar, utilizando un caso concreto, sobre la relación entre medios de comunicación y consolidación de liderazgos políticos en Cataluña, teniendo en cuenta dos coyunturas específicas. Por un lado, una coyuntura política: la federación nacionalista, que, a pesar de haber estado al frente de las instituciones catalanas desde su recuperación en 1980, vivía un momento especialmente delicado, entre la progresiva pérdida de hegemonía electoral y política (y el consiguiente reforzamiento de los otros actores) y un inaplazable proceso de sucesión de sus cúpulas dirigentes (Lo Cascio, 2008). Y, por el otro, la coyuntura mediática: el cambio radical del propio sistema, en un momento en el cual los adelantos tecnológicos, la multiplicación de las plataformas comunicativas y la profunda mutación de las existentes empujaban necesariamente a una revisión a fondo de las políticas seguidas hasta el momento (Guimerà, 2014).

La importancia de la relación entre medios de comunicación, sistemas políticos y ciudadanos en la definición de las características de las democracias contemporáneas (sintetizada a menudo en lo que se ha acabado por denominar *comunicación política*) ha sido un tema que, especialmente a partir de la segunda mitad del siglo xx, ha ocupado la atención de historiadores, sociólogos de la comunicación y politólogos de todo el mundo. Muchas veces —y como no podía ser de otra manera— con planteamientos abiertos, dada la enorme interdependencia y mutabilidad de los actores comprometidos (Gerstlé, 1992: 21).

Sin embargo, ya hace unos años, Blumler y Kavanagh (1999) ofrecieron una sistematización cronológica en tres fases de la evolución de esta triple relación. Basada en la inseparabilidad de los cambios acaecidos en cada una de las tres partes implicadas y en sus interrelaciones, sigue siendo especialmente útil con fines de contextualización. La tercera y última fase, que comenzaría en los años noventa y que todavía no se puede dar por concluida, estaría marcada por la fragmentación de los medios (tanto por lo que atañe a aquellos más tradicionales como la televisión, como, evidentemente, por la red) y por el progresivo incremento de la comunicación bi o incluso tridireccional. En el catálogo de los fenómenos resultantes (sin dar evidentemente esta lista por cerrada) entrarían una progresiva profesionalización de las relaciones de comunicación entre sistema político y ciudadanos, la profunda mutación en sentido

espectacularista de sus formas, o bien la modificación en las pautas de consumo informativo por parte de los ciudadanos.

Por otra parte, los estudiosos de la comunicación política (Mazzoleni, 2004: 20-22) han hablado también de dos modelos prevalentes de relación entre los tres actores. El primero, llamado publicístico-dialógico, se basaría en la estrecha interrelación entre sistema político, medios y ciudadanos, concibiendo estos últimos como actores en pie de igualdad, subrayando la importancia del conjunto de relaciones entre ellos (también las que se realizan fuera del espacio de la comunicación pública) y por lo tanto rebajando la supuesta posición preeminente de los medios. El segundo, en cambio, argumentaría la profunda diferencia de influencia entre los tres actores, otorgando una centralidad absoluta a los medios (sobre todo con la aparición de la televisión), capaces de influenciar a los otros dos de forma decisiva. En este modelo, llamado con razón «mediático», «toda la acción política pública se desarrolla dentro del espacio mediático o depende en medida relevante de la acción de los medios» (Mazzoleni, 2004: 22).

Para el objeto de estudio de esta contribución, se podría afirmar que entre 1999 y 2003 todavía se estaría en un momento incipiente de la última fase de fragmentación de la oferta mediática tradicional descrita por Blumler y Kavanagh y claramente en un modelo «mediático» de comunicación política. En este marco, el análisis tendrá en cuenta sobre todo las relaciones entre el sistema político (entendido aquí en su acepción más amplia como instituciones, fuerzas políticas e incluso nuevo liderazgo interno a una fuerza política) y medios de comunicación en España y Cataluña, según aquello que ha sido definido por Casero (2009: 4) como un modelo de control de la información periodística caracterizado por políticas de alianza entre actores políticos y actores mediáticos. En este caso, alianzas impulsadas por el último Gobierno de Pujol con el objetivo de asegurar una posición preeminente de su gabinete en el debate público en una coyuntura política adversa y, a la vez, afianzar y consolidar el liderazgo de Artur Mas y de su entorno político en el momento en que se producía la sucesión del veterano dirigente nacionalista.

Para analizar esas relaciones apuntadas por Casero cabe tener presentes las particularidades de cada país. Como han puesto de manifiesto Hallin y Mancini (2008), en la Europa contemporánea coexisten tres modelos de sistemas mediáticos. España dispondría de un sistema «pluralista polarizado o mediterráneo», propio de los países que tuvieron una democratización tardía de sus estructuras políticas y marcado por una fuerte intervención del Estado. De todas las características que lo definen (*ibid.*: 62-63), para esta investigación son de interés el fuerte «paralelismo político» de los medios respecto a las ideologías y los partidos que las representan; la «instrumentalización política» de los medios por parte de actores tanto políticos como económicos; la

ausencia de una «autoridad racional-legal» que garantice unas normas de gobierno formales y generalizadas; y el «clientelismo» en las relaciones Estado-sector privado.

Para estudiar el proyecto catalán de un sistema de medios propio resulta de gran utilidad el concepto de «espacio de comunicación» desarrollado por Gifreu (1991: 28), es decir, «el proyecto de conseguir articular, a través de diversos mecanismos, actuaciones de tipo político, económico y cultural, una capacidad efectiva de control sobre la estructuración y el funcionamiento del sistema general de comunicación social» presente en un territorio concreto. Este artículo quiere profundizar en un aspecto poco tratado: la dimensión política de ese proyecto. Como sostiene Corominas (1997), las aproximaciones clásicas se centran en el componente lingüístico y cultural que caracterizó al concepto originalmente. Pero investigaciones recientes demuestran la existencia de una dimensión política importante que se desgrana en cuatro ejes: la institucionalización de la Generalitat a través de instrumentos con capacidad de influencia en la opinión pública (la radio y televisión públicas autonómicas), el refuerzo del autogobierno catalán (dándolo a conocer entre la población e informando sobre su actividad), la voluntad explícita de contribuir a la difusión del catalanismo político, y la creación de una esfera pública (una arena política, si se quiere) que permita los tres objetivos anteriores (Guimerà, 2014: 470-471). Esta dimensión es la que se trata aquí.

El diseño metodológico parte de dos hipótesis generales formuladas a partir del marco teórico escogido. La primera plantea que el Gobierno catalán consideró fundamental el control de los medios de comunicación para gestionar una legislatura objetivamente compleja para sus intereses. La segunda establece que en el período estudiado se produjo un cambio de prioridades en las políticas de comunicación del Gobierno catalán derivado de dos exigencias distintas: la necesidad de operar en un contexto político y mediático cambiante y la necesidad, en este contexto, de consolidar de nuevo un liderazgo de CiU en la figura de Artur Mas en un entorno postideológico.

El trabajo de investigación ha consistido en el análisis y explotación de diferentes fuentes, primarias y secundarias. Entre las primarias, se han analizado la documentación oficial que permite reseguir la acción de Gobierno y la respuesta del conjunto de las fuerzas políticas [Legislación y reglamentos, el *Diari de Sessions del Parlament de Catalunya* (DSCP) y *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (DOGC)], y las fuentes hemerográficas, consideradas especialmente útiles para calibrar el impacto de las políticas analizadas, además de haber realizado entrevistas en profundidad semiestructuradas a actores clave que han acabado aportando elementos decisivos para el análisis. Finalmente, también se han tenido en cuenta fuentes secundarias y se han considerado obras de perfil periodístico pero que se han aproximado con

solvencia al proceso de sucesión de Pujol y que han ayudado a situar las vicisitudes internas de la federación nacionalista en el contexto político general.

II. EL CONTEXTO POLÍTICO

Los últimos cuatro años de gobierno de Jordi Pujol se pueden caracterizar como un ciclo político específico en el conjunto de la dilatada trayectoria del nacionalismo moderado como fuerza de gobierno en Cataluña.

A efectos de periodización, hay que señalar que la primera legislatura de Jordi Pujol como presidente de la Generalitat (de 1980 a 1984) se había caracterizado por una relativa debilidad parlamentaria, y por una acusada capacidad de establecer pactos y alianzas no solo por la gestión ordinaria de los asuntos de gobierno (con una mayoría variable, ahora con ERC, ahora con UCD), sino por los grandes asuntos relativos a la consolidación de las instituciones catalanas, en los cuales —con la significativa excepción de las cuestiones de ordenación territorial²— (Lo Cascio, 2008: 263-281), habían visto la colaboración de todas las fuerzas parlamentarias catalanas.

A partir de 1984, con la victoria por mayoría absoluta, y hasta la mitad de los años noventa (obtendría mayoría absoluta en 1984, 1988 y 1992), se entraría en una segunda etapa caracterizada por la fuerte hegemonía de CiU y por la consolidación del diseño y de la gestión de unas políticas públicas de carácter autónomo, tanto con respecto a las otras fuerzas políticas catalanas como al cuadro político estatal. Este aspecto no significa tampoco que la oposición en Cataluña fuera excluida del juego político, al contrario. Continuarían las prácticas de colaboración, pero en una dinámica parlamentaria en la cual la iniciativa del Gobierno tendría un protagonismo prácticamente absoluto.

Tampoco significaría —o al menos, no del todo— que las relaciones con los Ejecutivos de Felipe González fueran siempre conflictivas. Conflictos hubo sin duda, sobre todo en la segunda mitad de los años ochenta, pero también

² La mayoría de las grandes cuestiones nucleares relativas a la consolidación del autogobierno en Cataluña habían sido objeto de grandes consensos a lo largo de la primera legislatura y del principio de la segunda. Fue así en el caso de la reclamación de las competencias al gobierno central, de las normas relativas a la construcción de los cuerpos administrativos, así como aquellas referidas a la regulación de los derechos lingüísticos (LNLC, 1983). En el caso de las leyes de ordenación territorial, promulgadas finalmente en la primavera de 1987 —después de la mayoría absoluta obtenida en 1984—, en cambio, el Gobierno nacionalista había roto el consenso de forma enérgica, imponiendo, de hecho, un modelo claramente favorable a sus intereses territoriales.

amplios espacios de colaboración. Pero aquí también, y sobre todo después del fracaso de la llamada operación reformista en 1986³, las colaboraciones se enmarcaron siempre dentro de la idea de estar delante de dos esferas políticas comunicantes pero bien distintas (Caminal, 2001: 185).

Tabla 1. *Elecciones al Parlament de Catalunya, 19 de noviembre de 1995*

Censo: 5.079.981 Participación: 63,64% Abstención: 36,36%			
Partido	Votos	%	Escaños
Convergència i Unió	1.320.071	40,95	60
Partit dels Socialistes de Catalunya-PSOE	802.252	24,88	34
Partido Popular	421.752	13,08	17
Esquerra Republicana de Catalunya	305.867	9,49	13
Iniciativa per Catalunya	313.092	9,71	11

Fuente: Parlament de Catalunya.

³ Conocida en la prensa también con el nombre de «Operación Roca»; con esta expresión se alude al proyecto político, encabezado por el dirigente nacionalista catalán Miquel Roca, de constitución de un partido liberal y modernizador que superara el dualismo de los grandes partidos estatales, el llamado Partido Reformista Democrático (PRD), planteado por el mismo Roca en un libro en 1982 y finalmente concretado en 1984. En las elecciones de 1986, las únicas en las cuales el PRD se llegó a presentar, CiU se presentó con sus siglas en Cataluña, obteniendo además su mejor resultado en unas legislativas (18 escaños). CDC asumió integralmente el pago de la deuda generada por la campaña electoral reformista (al no obtener representación no hubo reembolso), y nunca más se volvió a plantear la perspectiva de un proyecto político que superara las fronteras catalanas. Algunos testigos (Antich, 1992: 208) insinúan que el propio Pujol de alguna forma no evitaría el fracaso del PRD, concibiéndolo como una forma de debilitar al único dirigente que potencialmente podría poner en duda su liderazgo en el nacionalismo catalán. *Vid.* también Caminal (2001: 145).

El periodo hegemónico se empezaría a resquebrar en 1995 con la pérdida de la mayoría absoluta en el Parlamento catalán (tabla 1). En realidad las señales de una progresiva pérdida de capacidad de iniciativa política ya se habían empezado a manifestar en el bienio 1992-1993. Por ejemplo, se hizo evidente que en la negociación sobre la nueva financiación, quien había tomado la delantera de la reivindicación de la corresponsabilidad fiscal (proponiendo la cesión del 15 % del IRPF) había sido el PSC y el Gobierno catalán había hecho suya la propuesta solo en un segundo momento. Así y todo, la hegemonía y la centralidad política del nacionalismo catalán se prolongarían durante unos años más, aunque sobre bases parcialmente distintas y, por lo tanto, con modalidades también distintas. No ya la inquebrantable fortaleza electoral, sino el final de las mayorías absolutas en Madrid (1993 y 1996) y la falta de una alternativa de gobierno madura y concreta en Barcelona, serían la clave de esta suerte de «prórroga». Todo ello, sin embargo, en un escenario de reducción progresiva del perímetro del consenso en Barcelona y de dependencia (aunque a menudo esta fuera desde posiciones de fuerza) de los equilibrios en la capital del Estado (Lo Cascio, 2008: 291-317).

III. EL GRAN MIEDO DE 1999

Todo cambiaría (o, mejor dicho, el cambio se haría evidente) a partir de las elecciones de 1999, por muchas razones. En primer lugar porque a pesar de seguir pudiendo ostentar la jefatura de la Generalitat, CiU necesitaría sin duda alguna de un apoyo parlamentario sólido. En segundo lugar, porque la alternativa de gobierno y un proyecto político altamente competitivo ahora existían, y, además, con un liderazgo claro de Pasqual Maragall. En tercer lugar, porque el propio paso del tiempo y el desgaste empujaban finalmente a Jordi Pujol a plantear de forma muy clara el problema de su sucesión política, un asunto hasta el momento prácticamente tabú y, en todo caso, dejado totalmente en las manos del propio Jordi Pujol. Y, finalmente, aunque quizá sea un aspecto menos identificable de forma inmediata, porque a lo largo de los años noventa se había acentuado (no que antes no lo tuviera) de forma muy clara el perfil conservador de CiU, desplazándola de aquella centralidad ideológicamente ecléctica que había sido en los años de reconstrucción de las instituciones autonómicas, una de las claves de su éxito (Lo Cascio, 2008: 279-280). Esta nueva situación está en la base de las necesidades de comunicación política que tendrían cada vez más los nacionalistas moderados y que afectarían a la manera en que el ejecutivo autonómico se relacionaba con los medios e intentaba influir en su discurso (Álvaro, 2003; Guimerà, 2014).

Tabla 2. *Elecciones al Parlament de Catalunya, 17 de octubre de 1999*

Censo: 5.293.657 Participación: 59,20% Abstención: 40,80%			
Partido	Votos	%	Escaños
Convergència i Unió	1.178.420	37,70	56
PSC-Ciutadans pel Canvi	948.202	30,33	36
PSC-Ciutadans pel Canvi-ICV	235.097	7,52	16
Partido Popular	297.265	9,51	12
Esquerra Republicana de Catalunya	271.173	8,67	12
Iniciativa per Catalunya	78.441	2,51	3

Fuente: Parlament de Catalunya.

Los resultados de 1999 habían representado la visualización de un cambio de ciclo político empezado en los años anteriores y que ahora llegaba a su manifestación evidente: CiU, por primera vez en 19 años, había perdido las elecciones (al menos en votos) y ahora, con 56 diputados, necesitaba un aliado de gobierno (tabla 2). Las negociaciones empezaron inmediatamente y de forma paralela con ERC por un lado (a cargo de Pere Esteve) y por el PP por el otro (a cargo de J. A. Duran i Lleida). No era la primera vez que CiU se encontraba frente a una disyuntiva similar, en el fondo el propio carácter centrista y, sobre todo, pragmático del partido, y de su máximo dirigente, habían permitido colaboraciones con ambas fuerzas políticas antagónicas a lo largo de los años.

Sin embargo, esta vez era diferente, en primer lugar, por la situación de debilidad de la coalición y de la misma CDC. Aunque de forma solapada⁴ existían dentro de Convergència dos líneas de pensamiento claramente diferenciadas con respecto a la llamada política de alianzas. Una, claramente orientada a un pacto con los republicanos, derivada de apreciaciones de carác-

⁴ Nadie, aparte de Miquel Roca en 1993 durante el debate sobre la posible entrada de ministros nacionalistas en el Ejecutivo central, criticaría explícitamente y en sede oficial las opciones estratégicas de Pujol.

ter estratégico pero también de un planteamiento cultural y político en parte nuevo. Sobre la base de la convicción de que la colaboración con el PP, así como un cierto estancamiento de la propia iniciativa política en los últimos años, estaban en la base de la pérdida de consensos experimentada, esta tendencia interna, representada por Esteve (que había sido el propulsor de la llamada Declaración de Barcelona, en 1998) y por un significativo grupo de dirigentes jóvenes que acabaría teniendo responsabilidades importantes en los años siguientes, planteaba el posible pacto con ERC más como una alianza estratégica que como una simple colaboración coyuntural⁵.

Otra línea, incluso menos estructurada que la primera y decididamente más continuista, abogaba en cambio por traspasar a Barcelona el esquema de alianzas con los conservadores que ya funcionaba a pleno ritmo hacía más de tres años en Madrid: tras el Pacto del Majestic en la primavera de 1996, los diputados catalanes habían permitido el nacimiento del Gobierno de José María Aznar y mantenido una estrecha colaboración parlamentaria. En este caso, y sin que hubiera llegado nunca a cristalizarse de forma explícita y, aún más a teorizarse, la apuesta era solo aparentemente más pragmática y menos comprometida: el proceso de la decantación de CiU hacia posiciones cada vez más conservadoras —sobre todo en el ámbito económico y social— era un hecho en 1999. En cierta forma, una alianza con el PP acababa de consolidar la condición de CiU como centroderecha catalán⁶.

El propio Jordi Pujol pero, en el momento en que daba mandato a las dos delegaciones para negociar, por encima de todo, ganaba tiempo. Finalmente, y a pesar de lo aparatosos que parecieron los procesos de negociación (al menos, en las páginas de la prensa), la decisión fue tomada en solitario por

⁵ Vale la pena recordar que esta tendencia encontró también un cierto respaldo entre la intelectualidad catalana más cercana al nacionalismo. En un artículo conjunto, aparecido en el *Avui* y publicado justo en medio del proceso de negociación, un destacado grupo de periodistas y profesores universitarios pedían explícitamente al *president* que valorara la opción de un pacto con ERC, sobre la base de la constatación de la necesidad de una renovación de dirigentes y también de estrategias políticas. Francesc-Marc Àlvaro, Joaquim Colominas, Agustí Colomines, Oriol Izquierdo, Albert Sáez, Ferran Sáez, Marçal Sintès: «Ara toca president», *Avui*, 7 de noviembre de 1999, p. 21.

⁶ Un ejemplo ilustrativo de ello fue el Decreto 53/1997, de 4 de marzo, que convertía a Cataluña en la comunidad autónoma —después de Navarra— en la cual los criterios libremente establecidos por los centros educativos pesaban más en la admisión del alumno, facilitándose así una clara política de segregación escolar. El Real Decreto 366/1997, de 14 de marzo, promulgado por el Gobierno Aznar, iba en la misma dirección, aunque de forma menos acusada.

el mismo Pujol⁷. En el segundo día del debate de investidura dejaba entrever en su discurso cuál era su opción: en una intervención decididamente poco brillante⁸, introducía los términos del pacto en el momento en que hablaba de la perspectiva de mejora de la financiación autonómica. Ello significaba, de hecho, repetir en Barcelona la colaboración con el PP.

Lo que no mencionaba en el discurso eran las condiciones que los populares habían puesto para la conclusión del acuerdo: excluir del programa de gobierno cualquier referencia a una posible reforma estatutaria (Mateos de Cabo, 2000: 276). En realidad, esta opción, que se podría definir de «inhibición», llevaría consigo consecuencias importantes que se manifestarían a lo largo de los diez años siguientes. Pero en ese momento estaban motivadas por dos razones fundamentales, una de necesidad inmediata y otra de más largo alcance.

La primera tenía que ver con la necesidad imperiosa de tomar tiempo a la espera de los resultados de las elecciones generales previstas para marzo de 2000. Por eso se había escenificado una negociación larga, complicada y a la hora de la verdad extremadamente pobre de contenidos programáticos. Si la negociación del acuerdo había sido muy publicitada, para su culminación, en cambio, se habían elegido tonos sigilosos, casi elípticos, que revelaban hasta qué punto la gestión comunicativa de este proceso había sido compleja y necesitada de apoyos en los medios más próximos, como se verá más adelante. De hecho, en la misma votación de investidura, finalmente ERC se había abstenido alegando «razones de patriotismo»: todo parecía poder cambiar según los equilibrios que saldrían del voto de marzo, o al menos esto dejaban entrever los mismos republicanos⁹.

La segunda razón respondía a un razonamiento político más general y de más alcance que el propio Jordi Pujol hizo y en cierta forma impuso a su fuerza política, y en definitiva al conjunto del sistema político catalán, y que

⁷ *La Vanguardia* relataba de esta forma el desenlace de la negociación: «Después de pasar una semana diciendo que no iban a firmar ningún acuerdo con el PP, finalmente Esteve y Duran no tuvieron más remedio que acabar pactando con los populares». Vid. J. Juan: «Acuerdos por escrito en el último minuto», *La Vanguardia*, 17 de noviembre de 1999, p. 19.

⁸ José Antich definió la réplica de Pujol como «voluntariamente desaborido discurso». J. Antich, «Pujol mima al PP tras flirtear con ERC», *La Vanguardia*, 16 de noviembre de 1999, p. 15.

⁹ La abstención de los republicanos provocó no pocas polémicas, sobre todo por parte de Pasqual Maragall y del PSC, que acusaban a ERC de haber permitido el nacimiento del último gabinete de Pujol «a cambio de nada». Josep Lluís Carod Rovira respondía con un tono decididamente duro a las acusaciones, censurando la «criminalización de ERC» por haberse abstenido. Véase O. Domingo: «Carod recuerda a Maragall que el PSC se abstuvo a cambio de nada en 1995», *La Vanguardia*, 18 de noviembre de 1999, p. 18.

pivotaba sobre la idea de la estabilidad. Por experiencia, por olfato, por propensión, pasara lo que pasara en marzo, según Pujol, el pacto con los conservadores españoles garantizaba años quizá políticamente anodinos, pero como mínimo de pocos sobresaltos políticos. El tiempo que el mismo dirigente necesitaría para proyectar, concretar y consolidar su sucesión política. Un proceso que se imaginaba largo, se quería sin sorpresas y, sobre todo, se quería acompañar sin interferencias desde el principio hasta el final (Álvaro, 2003).

IV. UNA LEGISLATURA «PUERTAS ADENTRO»

En este sentido, la última legislatura autonómica bajo el liderazgo de Pujol representa una coyuntura especialmente interesante, en la cual se producen unos procesos que, en el momento en que marcan rupturas con las prácticas de la experiencia pasada, ayudan a explicar y comprender las dinámicas que forjaron los planteamientos del nacionalismo moderado catalán a principios del nuevo milenio. Como se mostrará más adelante, este nuevo contexto tendrá una derivada comunicativa que se tradujo en un aumento de la intervención sobre el sistema mediático respecto a años anteriores.

Sobre todo, hay que tener en cuenta que fue una legislatura «puertas adentro»: CiU no se comprometió en iniciativas de gobierno de gran calado, y en cambio dedicó esfuerzos importantes a su reestructuración interna con el objetivo de consolidar un grupo dirigente capaz de encarar una fase postpujolista que no por ser inevitable dejaba de despertar aprensiones e incertidumbres. De hecho, la propia constitución del Consell Executiu daba fe de que se estaba solo en el principio de un *impasse* que se presentaba largo. Josep Antoni Duran i Lleida y Artur Mas ocuparían los puestos más destacados del gabinete, situándose en ese momento los dos en la línea de salida para la carrera a la sucesión, conscientes, a pesar de todo, de que la duración de la carrera no se podía conocer de antemano y que la decisión última sobre dónde poner la línea de llegada no correspondería ni a uno ni al otro (Álvaro, 2003).

En realidad, que la carrera sería más breve para Mas se había empezado a ver justamente en la precampaña electoral para las elecciones de 2000, cuando se hizo promotor de la propuesta de un pacto fiscal entre Cataluña y el Estado. En este sentido, Mas actuaba plenamente como el Pujol de los últimos años. Intentaba capitalizar electoralmente una mejora de la financiación, que había sido el eje justificativo fundamental del pacto CiU-PP de 1996, rompiendo así la praxis tradicional de los gobiernos catalanes que habían planteado siempre las negociaciones sobre financiación como un asunto compartido entre las fuerzas políticas catalanas (Bosch *et al.*, 1989). La propuesta de Mas estaba pensada, al menos en parte, para consumo interno: intentaba proporcionar a

un partido y a un electorado nacionalista, no del todo convencido de la colaboración con la derecha española, argumentos sólidos, llegando a declarar que la coalición nacionalista daría su apoyo a un futuro gobierno español (que todos preveían en manos del PP) en minoría solo si este se comprometía a adoptar un sistema de financiación que garantizaba un volumen de 400 000 millones de pesetas (unos 2400 millones de euros) para la Generalitat.

Los resultados de marzo de 2000 impidieron la repetición del esquema de relaciones empezado en 1996 (tabla 3). La mayoría absoluta del PP devaluó de manera instantánea la fuerza parlamentaria de CiU en las Cortes (que había resistido, pasando de 16 a 15 diputados) y de paso abrió un atisbo de discusión interna en la federación.

Tabla 3. *Elecciones generales, 12 de marzo de 2000*

	Votos	(%)*	Escaños	(%)
Partido Popular (PP)	10.321.178	45,24	183	52,29
Partido Socialista Obrero Español - Progresistas (PSOE)	7.918.752	34,71	125	35,71
Izquierda Unida (IU)	1.263.043	5,54	8	2,29
Convergència i Unió (CiU)	970.421	4,25	15	4,29
Euzko Alderdi Jeltzalea-Partido Nacionalista Vasco (EAJ-PNV)	353.953	1,55	7	2,00
Bloque Nacionalista Galego (BNG)	306.268	1,34	3	0,86
Coalición Canaria (CC)	248.261	1,09	4	1,14
Partido Andalucista (PA)	206.255	0,90	1	0,29
Esquerra Republicana de Catalunya (ERC)	194.715	0,85	1	0,29
Iniciativa per Catalunya-Verds (IC-V)	119.290	0,52	1	0,29
Eusko Alkartasuna (EA)	100.742	0,44	1	0,29
Chunta Aragonesista (CHA)	75.356	0,33	1	0,29
Total	22.078.234	96,77	350	100,00
Otros**	736.233	3,23		
Total votos a candidaturas	22.814.467	100,00		

*Calculado en relación a los votos obtenidos por todas las candidaturas.

**Candidaturas restantes que han obtenido votos pero no escaños.

Fuente: Congreso de los Diputados.

La contundencia de los resultados y la constatación de una progresiva debilitación electoral del nacionalismo moderado, tanto en las elecciones autonómicas como en las generales (tabla 4), hicieron que dentro de la propia CDC se volvieran a activar las voces que en 1996, y después de las autonómicas de 1999, ya habían sido críticas con la colaboración con los populares. Ahora, con la perspectiva de un posible rodillo conservador español, se sentían más autorizadas para formular objeciones y avanzar propuestas (Lo Cascio, 2008: 332).

Tabla 4. *Serie histórica de resultados de CiU. Elecciones generales, 1993-2000*

Convocatoria	Votos	%	Escaños
1993	1.165.783	4,98	17
1996	1.151.633	4,64	16
2000	970.421	4,25	15

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Junta Electoral Central. Ministerio del Interior.

Resulta difícil hacer una estimación cuantitativa del grueso de dirigentes, cuadros y militantes nacionalistas críticos. Sin embargo, justo después del voto de las generales, se abrió un profundo debate sobre el futuro del Gobierno en Cataluña, y, en concreto, sobre la posibilidad de un cambio de alianzas en favor de un pacto nacionalista con ERC en Barcelona¹⁰. Prueba evidente de la existencia de un profundo debate interno fueron las declaraciones de los dirigentes nacionalistas en aquellos días: mientras algunos aseguraban el comienzo de negociaciones con los republicanos, otros hablaban de la importancia de mantener en todo caso buenas relaciones con el Gobierno central y remarcan la poca confianza inspirada por el grupo encabezado por Josep Lluís Carod Rovira. Otros más planteaban una política de pactos puntuales¹¹.

¹⁰ En este sentido se había pronunciado también un dirigente del peso de Xavier Trias, en una entrevista a la prensa. *Vid.* J. Antich y J. Juan, «Las escenas de sofá en el Majestíc con Aznar y el PP se han acabado», *La Vanguardia*, 8 de marzo de 2000, pp. 16-17.

¹¹ Las diferencias de opinión, sin que trascendieran nombres, se hicieron notar en el seno del secretariado de CDC, celebrado el mismo 13 de marzo de 2000. *Vid.* J. Juan, «Pujol rechaza atrincherarse en Cataluña», *La Vanguardia*, 14 de marzo de 2000, p. 26.

Sin embargo, el incipiente debate se acabó rápidamente cuando el presidente Pujol declaró a la prensa que evitaría a toda costa la construcción de un «frente catalán»¹². Expresión que, traducida al lenguaje común, significaba desestimar cualquier tipo de colaboración estable con ERC. Había prevalecido la lógica de la confianza en el líder histórico del nacionalismo catalán, convencido de la necesidad de mantener una estabilidad política suficiente para ocuparse a fondo de la sucesión. Esa opción cogía visibilidad a través del voto favorable y aritméticamente innecesario de los diputados nacionalistas a la investidura de José María Aznar a cambio de un genérico pacto sobre la revisión de la financiación autonómica que enterraba para siempre jamás el Pacto Fiscal y los 400 000 millones de pesetas. Se trataba de un acuerdo pragmático, decidido expresamente por Pujol, que había querido y obtenido una vez más carta blanca por parte de la coalición. Las razones de la elección, en buena parte, tenían que ver con una tradicional desconfianza hacia el radicalismo de la nueva cúpula dirigente de ERC y con la necesidad ya imperiosa de solucionar cuanto antes mejor el problema de la sucesión interna (que se había manifestado como tal en 1999 pero que ahora cogía tintes casi de urgencia delante del panorama desfavorable para la coalición nacionalista), concluyendo de manera sosegada su parábola política y cumpliendo con el compromiso pendiente de consolidación de un nuevo equipo dirigente.

V. LA CONSOLIDACIÓN DEL LIDERAZGO DE ARTUR MAS

Los entresijos del proceso que llevó finalmente Artur Mas a acumular responsabilidades (portavoz del Gobierno, *Conseller en cap* y, finalmente, en 2002, candidato para las elecciones de 2003) y a la emersión de todo un nuevo grupo dirigente que acabará tomando las riendas del gobierno catalán son muchos y complejos.

Valga aquí recordar solo algunos elementos de forma y de sustancia. En primer lugar, la elección de Mas se debió en parte al hecho de que cumplía con las características de ser un dirigente que había pasado el *cursus honorum* dentro del partido sin ligar su fortuna política a otro dirigente que no fuera el propio Jordi Pujol. Artur Mas, después de un rápido paso como técnico por el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo a principios de los años ochenta, había vuelto sucesivamente al mundo de la empresa y entraría definitivamente en política al ser elegido concejal de Barcelona en 1987 y revalidado en 1991 formando parte de la lista de CiU como independiente. Importante notar que

¹² *La Vanguardia*, 16 de marzo de 2000, p. 1.

acabaría siendo desde 1993 presidente del grupo municipal de CiU en el consistorio, y aún siendo poco vinculado a un partido que hasta aquel momento había sido controlado por Roca, este reconocería su valentía en los años más fuertes del maragallismo en la ciudad de Barcelona (Álvaro, 2003: 184). Llegaría a la Generalitat en 1995 como consejero de Política Territorial y Obras Públicas sobre la base de una concreta elección del *president*, que admiraba su seriedad, su eficiencia y su capacidad de compromiso. En este sentido, como recuerda Álvaro (2003: 163), una de las claves de su afirmación fue justamente la confianza que Pujol podía depositar en él sobre la base de la constatación de que no tenía otras lealtades a preservar dentro del partido.

En segundo lugar, que juntamente con Mas se afirmaba un grupo dirigente joven (bautizado por la prensa de muchas maneras, que aquí se indicará genéricamente con el nombre de neopujolista, pero más conocido con el apodo de *pinyol*, hueso), considerado capaz de enfrentarse a los retos planteados por la nueva situación justamente por su pragmatismo y su conocimiento de la máquina administrativa. El núcleo de jóvenes que acompañó a Mas en el desembarque al timón de CDC —Quico Homs, Germà Gordó, David Madí, Quim Forn, Lluís Corominas, todos avalados por Felip Puig y cuyo centro neurálgico de conexión era Oriol Pujol Ferrusola— se definía sobre todo por ser personal político claramente más ducho en el control del poder en las instituciones que en la militancia en el partido. Entre todos ellos destacaría Madí que, como secretario de Comunicación del Gobierno entre 2001 y 2003 y jefe de campaña de Mas para las elecciones de 2003, se revelaría como un actor clave en los intentos de instrumentalización de los medios por parte del Ejecutivo catalán.

En tercer lugar, cabe recordar cómo todo el proceso de renovación fue pilotado íntegramente por el mismo Pujol. Dentro de CDC, y en buena medida también ante la opinión pública, fue este en definitiva el elemento de legitimidad más fuerte otorgado a los nuevos dirigentes. Finalmente, y quizá este sea el elemento que ayuda a enmarcar adecuadamente la singularidad de las políticas de comunicación de la Generalitat en esta etapa, por todas las razones expuestas, el relevo y la consolidación de la nueva cúpula —en la federación nacionalista y en el Gobierno— se hicieron en una situación de debilidad objetiva y subjetiva de la coalición nacionalista. Objetiva por la progresiva pérdida de consenso experimentada (CiU en 1999 había perdido las elecciones en votos) y por la correlación adversa de fuerzas en Madrid. Y subjetiva, porque más allá de la relativa inexperiencia de algunos dirigentes y de la evidente dependencia de todos de un presidente ya en su último tramo de la vida política, el precio que se había pagado para tener las condiciones consideradas idóneas para la emersión de un nuevo liderazgo había sido la práctica paralización de la iniciativa política.

La legislatura 1999-2003 acabó siendo, como se recordó, una legislatura «puertas adentro», en la cual se experimentó un cambio profundo de las

relaciones entre el Ejecutivo catalán y los medios de comunicación derivado de la convicción de que estos últimos fueron considerados aliados indispensables para el momento en que finalmente, culminado el relevo político y generacional, esas puertas se abrieran¹³.

VI. LAS POLÍTICAS DE MEDIOS: REORDENAR Y CONTROLAR UN INSTRUMENTO DECISIVO

La acelerada mutabilidad del contexto político en Cataluña se desarrolló en un momento decisivo de cambio del sistema comunicativo a nivel global impulsado por la digitalización y la comercialización, dos tendencias paralelas que alteraban profundamente el *statu quo*. Ambos factores llevaron a la Generalitat a replantear a fondo sus políticas de comunicación, poniendo en marcha una intervención integral que afectó a todas las plataformas comunicativas y a su relación con los poderes públicos.

1. LA CCRTV: DE BUQUE INSIGNIA A ACTOR CON MENOR PRESENCIA

A principios de los años 2000, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) vio como el Gobierno desarrollaba una política que redefinía su papel e impulsaba un cambio de modelo de gestión. En 2002, el ente y el Gobierno firmaron un contrato programa con vigencia hasta 2005 que fijaba las obligaciones de servicio público y definía la financiación aportada por la Generalitat. El documento reducía los recursos públicos progresivamente y le pedía a la Corporació que produjera menos contenidos y adquiriera más fuera para ayudar a crecer a la industria audiovisual local. Al mismo tiempo, planteaba un aumento de canales de televisión y, eventualmente, de radio (Guimerà, 2014: 296-300). De hecho, el ente creó en 2003 —año electoral— un canal de 24 horas de información denominado 3/24 para desarrollar mejor las funciones de servicio público y celebrar el veinte aniversario de TV3. Su puesta en marcha fue criticada por la oposición parlamentaria, que, a pesar de estar a favor de su creación, acusó de precipitación a la CCRTV —sus directivos reconocieron que se adelantó su entrada en funcionamiento— y de hacer un uso electoralista de su creación (*DSPC-C*, 446, 28 de abril de 2003, pp. 32-35; *DSPC-C*, 430, de 20 de junio de 2003, pp. 8-10).

El secretario de Comunicación del Gobierno en ese momento, David Madí (comunicación personal, 20 de enero de 2007) —uno de los jóvenes que

¹³ Una primera aproximación sobre los efectos del relevo en términos ideológicos en Crespo (2014).

acompañaron a Mas en su ascenso al poder—, sostenía que la televisión autonómica debía ser una empresa cada vez más pequeña que externalizara cada vez más funciones y procesos. Por su parte, Artur Mas, entonces al frente del Departamento de Finanzas, pedía que la CCRTV mejorara su gestión para reducir su dependencia de las subvenciones y anunciaba que no se podía aumentar eternamente la aportación pública. De hecho, el contrato programa era muy exigente, ya que proponía una mayor oferta mediática pero producida con menos recursos. Su firma y negociación derivó en un enfrentamiento entre el Gobierno y el director general del ente, Miquel Puig, que acabaría dimitiendo entre fuertes críticas de CiU y PP (partidos que sustentaban al Gobierno) y con el apoyo de la oposición parlamentaria. Fue sustituido por el escritor Vicenç Villatoro, a la sazón diputado autonómico de CiU. El cambio generó numerosas acusaciones de partidismo (Moragas, Fernández y López, 2003). Fue Villatoro quien puso en marcha antes de lo previsto el canal 3/24.

Esta reorientación del papel de la CCRTV y los conflictos que generó se produjo en un contexto muy concreto (Moragas, Fernández y López, 2003; Guimerà, 2014). Por una parte, desde 1999 se estaba implantando en España la Televisión Digital Terrestre (TDT), que había de permitir un aumento sustancial de los canales de televisión públicos y privados, tanto autonómicos como estatales. De hecho, esta nueva tecnología hacía posible la televisión privada autonómica, hasta ese momento ilegal. Por otra, la Generalitat aprovechó este contexto para impulsar un mapa televisivo propio para Cataluña. A diferencia del resto de las autonomías, Pujol consiguió negociar con el Estado que dispondría de dos canales múltiples de TDT (MUX, que permiten transportar cuatro canales de la antigua televisión analógica cada uno). Con esto, el Gobierno decidió entregar un MUX a la CCRTV y conceder el otro a una empresa con el objetivo de crear un gran actor privado televisivo autonómico. Se configuraba así un sistema audiovisual donde la CCRTV perdía el monopolio que había ostentado desde 1983. Este cambio de criterio respecto al peso del ente público parece coherente con la evolución de CiU, ya indicada anteriormente, desde posiciones iniciales más de centroizquierda hacia otras más conservadoras, sobre todo en economía.

La Generalitat convocó en 2003 un concurso público para conceder la explotación del MUX privado. Lo ganó Emissions Digitals de Catalunya (EDC), participada por Catalunya Comunicació (del Grupo Godó, con el 62,5 % del capital) y un conjunto de empresas, algunas de las cuales en manos de personas próximas a Pujol o a CiU (Guimerà, 2014: 389-391). En un caso inédito en España¹⁴, Godó obtuvo la gestión de los cuatro canales en bloque. El Gobierno lo decidió así con la intención de crear un operador

¹⁴ En las otras comunidades autónomas donde se sacó a concurso la TDT privada, en ningún caso se concedió todos los canales a un mismo operador. Además, ninguna

potente, competitivo y rentable (D. Madí, comunicación personal, 20 de enero de 2007). EDC partía con ventaja en ese concurso. Godó gestionaba desde 2001 una televisión local en Barcelona, que consiguió el visto bueno del Ejecutivo catalán para crearla a pesar de que en ese momento esa modalidad televisiva era ilegal por la falta de desarrollo de la ley que la regulaba (Guimerà, 2007). Esta emisora le permitió demostrar que contaba con experiencia, un aspecto valorado positivamente en el concurso.

El proceso generó una fuerte polémica parlamentaria. Primero, porque la oposición acusó al Gobierno de gestionar con opacidad todo el concurso y la propia concesión, hecha pública en agosto y tres meses antes de las elecciones de 2003. Además, desde diversos ámbitos periodísticos y políticos —especialmente, la izquierda parlamentaria— se acusó al Ejecutivo de favorecer a un grupo mediático considerado afín a CiU y al PP¹⁵. De hecho, el entonces consejero de Cultura y hombre de confianza de Artur Mas, Jordi Vilajoana, llegó a afirmar en sede parlamentaria en abril de 2003 —cuando el concurso no estaba ni convocado— que al Gobierno le gustaría que ganara una coalición de empresas catalanas que entonces se estaba configurando y que, visto con posterioridad, encajaba con la descripción de EDC (Guimerà, 2014: 378-379 y 390).

2. LA RADIO PRIVADA COMERCIAL: A LA BÚSQUEDA DE ACTORES CATALANES Y AFINES

La estrategia de crear un actor privado potente no era estrictamente original. Al final de la legislatura anterior, el Ejecutivo catalán apostó por esta vía a la hora de conceder frecuencias de FM para la puesta en marcha de emisoras de radio a partir de una ampliación del uso del espacio radioeléctrico aprobado por la Administración central en 1997. En 1998 convocó un concurso que tenía como objetivo declarado la creación de emisoras privadas en catalán con cobertura autonómica. Este era un proyecto largamente perseguido por la Generalitat, que ya intentó crear una emisora de estas características a principios de los ochenta y fracasó estrepitosamente (Bonet, 1994).

Las razones eran, fundamentalmente, dos (Alvinyà, 1999). Por una parte, crear compañías autóctonas que pudieran competir con las cadenas estatales implantadas en Cataluña —sobre todo Cadena Ser y 40 Principales,

otra autonomía disponía de cuatro canales privados para conceder, ya que el máximo eran dos (Badillo, 2010: 25).

¹⁵ El mismo Jordi Pujol (2007: 147) reconoce en sus memorias que *La Vanguardia*, periódico editado por Godó, era un actor central del sistema mediático catalán y que su Gobierno, siempre que le convenía y podía, no dudó en apoyarlo.

del Grupo Prisa—. Por otra, aumentar la presencia del catalán, que en la radio se reducía casi exclusivamente a las emisoras de la CCRTV. De hecho, en 1998 el Parlamento había aprobado la Ley 1/1998, de 7 de enero, de política lingüística (*DOGC*, 2553, de 9 de enero de 1998) que obligaba a los concesionarios de radio privada a emitir un 50 % del tiempo en catalán (artículo 26).

El concurso, resuelto en 1999, cinco meses antes de las elecciones autonómicas, dio los resultados esperados por el Ejecutivo. A fin de cuentas, los pliegos estaban diseñados para impulsar ese tipo de emisoras: se puntuaba especialmente alto tanto la naturaleza catalana de las empresas y su presencia en el sector de los medios como su promesa de emitir íntegramente en catalán. Surgieron dos grandes proyectos (Bonet, 2003). Por una parte, la pareja de cadenas Ona Catalana y Ona Música (la primera generalista, la segunda musical), impulsadas por un grupo de empresarios gerundenses considerados próximos a CDC, que ya explotaban cinco frecuencias en Girona y ganaron siete en el concurso. Más tarde se sumó al proyecto el Grupo Zeta —considerado afín al PSC—, que aspiraba a crear su propia cadena pero solo obtuvo tres frecuencias (Martí y Bonet, 2000). Por otra parte, RadioCat XXI (propiedad del Grupo Godó) impulsó otra pareja de cadenas, RAC1 y RAC105 (con los mismos formatos que las anteriores), con las nueve frecuencias conseguidas. En este caso, se le consideraba más próximo a Unió Democràtica de Catalunya (UDC), el otro socio de CiU.

El proceso también pasó a la historia porque el Gobierno le retiró a la cadena COPE —muy crítica con el nacionalismo catalán— tres frecuencias que concedió a empresas catalanas, una de las cuales era Godó. Años después, la justicia obligó a la Generalitat a devolvérselas. De nuevo, y como ha sucedido en todos los concursos de este tipo en Cataluña y en el resto de España, el resultado resultó polémico, con acusaciones de clientelismo y control político (Arboledas, 2009).

En los años posteriores, CiU siguió interviniendo en la radio a partir de los ejes que guiaron el concurso de 1999. En 2002, *El País* denunciaba que el Ejecutivo había permitido, sin la preceptiva autorización del Ejecutivo central y sin mediar concurso, el uso de una serie de frecuencias de FM a cadenas catalanas y que el diario de Prisa calificaba de «próximas a CiU» (*El País*, 14 de noviembre de 2002). Se trataba de RM Radio y Radio Teletaxi¹⁶ (7 frecuencias), RAC1 (4) i RAC105 (2), Grup Flaix (5), Ràdio Estel (1) y Ona

¹⁶ Radio Tele Taxi es propiedad de Justo Molinero, militante de CiU. Grup Flaix tiene como uno de sus dos accionistas al ex locutor de Catalunya Radio Miquel Calçada, de conocida ideología independentista. Ràdio Estel nació en 1998 impulsada por los obispos catalanes con la intención de crear una emisora alejada de los posicionamientos de la COPE, propiedad de la Conferencia Episcopal (Guimerà, 2014).

Catalana (1). Desde la Generalitat se afirmaba que contaba con el visto bueno de Madrid y que se quería llevar a cabo una «prueba piloto» para demostrar la existencia de más frecuencias disponibles, que se querían aprovechar para ampliar la presencia de las empresas autóctonas (J. Alvinyà, comunicación personal, 12 de noviembre de 2013).

Pero el debate, tanto mediático como político y de alta intensidad, se centró en el hecho de que el proceso fue opaco y favorecía solo a unas empresas concretas: las de capital catalán y, según diversos actores, afines a CiU (Bonet, 2004: 39). El conflicto se solucionó un año después. Dos días antes de las elecciones del 16 noviembre de 2003, el Ejecutivo firmaba un convenio con la Associació Catalana de Ràdio (ACR, patronal del sector) según el cual se repartían hasta 82 frecuencias entre emisoras privadas, tanto catalanas como del resto del Estado. Aun así, las más favorecidas seguían siendo las autóctonas, en coherencia con la voluntad política de la prueba piloto.

Aunque se firmó con mayor transparencia que los acuerdos de 2002, el convenio generó duras críticas de la oposición política porque no se sabía qué criterios se seguían para autorizar a unas empresas y no a otras y, además, otorgaba una alta discrecionalidad al Gobierno (Comas d'Argemir, 2009: 135-136). El hecho de haberse firmado una vez convocadas las elecciones amplió las sospechas. En este sentido, la actuación de CiU parece indicar que estaba dispuesta a explorar todo tipo de instrumentos administrativos —incluidos los no previstos por la normativa vigente— para avanzar en la creación de un sector radiofónico privado autóctono y en catalán formado por medios afines a sus planteamientos políticos.

3. LAS SUBVENCIONES: ENTRE LA NORMALIZACIÓN LINGÜÍSTICA Y EL CLIENTELISMO

La articulación de un sistema mediático y su derivada clientelar también contó con una dimensión económica basada en las subvenciones y los convenios con empresas (Fernández y Blasco, 2005; Guimerà, 2014). Desde 1983¹⁷, la Generalitat apoyaba a los medios a través de dos grandes mecanismos. Por un lado, las ayudas a publicaciones periódicas en catalán en forma de subvenciones directas basadas en criterios objetivos y publicados previamente. Desti-

¹⁷ Si bien las primeras ayudas a los medios se concedieron en 1981, fueron puntuales y no contaban con un marco legal que la regulara. Además, fueron menores a las entregadas a partir de 1983. En ese año, la aprobación de la Ley 7/1983, de 18 de abril, de normalización lingüística en Cataluña (*DOGC*, 322, de 22 de abril), fijaba que el Gobierno podía conceder ayudas económicas a los medios en catalán.

nadas al mantenimiento de publicaciones y al surgimiento de nuevas para favorecer la normalización lingüística, siempre se gestionaron desde el Departamento de Cultura. Por otro lado, desde el Departamento de la Presidencia se entregaron ayudas no regladas; es decir, concedidas sin transparencia, sin convocatoria pública y sin unos criterios claros.

Tabla 5. *Subvenciones del Departamento de Cultura a la prensa en catalán (1997- 2003) (en euros)*

Año	Difusión	Proyectos	Totales
1997	1.526.359,39	1.806.644,54	3.333.003,92
1998	1.635.059,78	796.341,04	2.431.400,31
1999	2.961.358,09	3.367.095,43	6.328.453,52
2000	2.968.253,92	3.448.458,97	6.416.712,89
2001	2.931.091,92	2.275.672,41	5.206.764,33
2002	2.855.757,12	3.125.340,26	5.981.097,38
2003	2.987.300,06	2.422.683,65	5.409.983,71
Total	17.865.180,28	17.242.236,30	35.107.416,58

Fuente: Elaboración propia a partir de las memorias anuales del Departament de Cultura (1997-2003).

Si bien las ayudas de ambos tipos existieron desde los primeros años ochenta, a partir de la segunda mitad de los noventa, y especialmente a partir de 1999, se produjeron notables aumentos en las partidas concedidas (tabla 5). En 1998 se llevó a cabo la última actualización de las ayudas a la prensa en catalán, que tenía dos grandes modalidades. Por un lado, las subvenciones automáticas a las publicaciones existentes, que se entregaban en función de los ejemplares difundidos el año anterior. En 1998, el importe pagado por este concepto se multiplicó por cuatro. Por otro lado, se incrementaron las partidas destinadas a proyectos editoriales, una línea que buscaba aumentar el número de cabeceras y su diversidad temática. Como se puede observar, las cifras a partir de 1999 crecen ostensiblemente¹⁸. En ambos casos, las subidas

¹⁸ La ayuda a la difusión de 1998 había marcado el máximo histórico en este rubro, que fue ampliamente superado al año siguiente. En ayudas a proyectos, los 3,4 millones de 2000 fue el máximo histórico, aunque en 1993 se llegó a cifras parecidas con 3,14 millones.

corresponden tanto al incremento del monto entregado por este concepto como a la aparición de la edición en catalán de *El Periódico de Catalunya* —editado por el Grupo Zeta— en 1997. Su creación recibió ayudas a proyectos tanto antes como después de su nacimiento y su surgimiento multiplicó por 2,2 los ejemplares difundidos en catalán (de los 70 800 de 1996 a los 160 043 de 1998) (Guimerà, 2014: 184-185 y 409).

Las ayudas no regladas también vivieron un aumento notable en el período 1999-2003¹⁹. Un informe de 2004 del Gobierno —cuando ya estaba al frente de la Generalitat el primer tripartito, presidido por Pasqual Maragall— presentado en el Parlament de Catalunya denunciaba irregularidades y falta de transparencia tanto en el Departamento de Cultura como, sobre todo, en el de Presidencia (Departament de la Presidència, 2004: 2). Otros estudios apuntaban, también, en una dirección similar.

Tabla 6. *Subvenciones y convenios del Departamento de la Presidencia y subvenciones del Departamento de Cultura (1995 -2003) (en euros)*

Año	Presidència (no reglados)	Cultura (reglados)
1995	3.800.683,23	3.509.634,87
1996	3.959.874,51	3.439.641,32
1997	2.238.612,72	3.333.003,92
1998	2.593.247,72	2.431.100,31
1999	3.971.749,97	6.328.453,52
2000	3.102.460,22	6.416.712,89
2001	3.442.002,33	5.206.764,33
2002	10.237.975,74	5.981.097,38
2003	18.792.772,49	5.409.983,71
Totales	52.139.378,23	42.056.392,25

Fuente: Elaboración propia a partir de Departament de la Presidència (2004) y las memorias del Departament de Cultura (1995-2003). En el caso de Presidencia, la fuente incluye en el recuento las subvenciones directas, los convenios con empresas y las suscripciones institucionales a publicaciones. En el caso de Cultura, se consideran las subvenciones a la prensa periódica editada en catalán.

¹⁹ Como las ayudas regladas, estas subvenciones encubiertas a medios no nacieron en el período estudiado, ya que existen abundantes indicios de este tipo de prácticas ya desde principios de los años ochenta (Guimerà, 2014: 200 y ss.).

En una investigación sobre las ayudas a los medios entre 1999 y 2003, Fernández y Blasco (2005) señalaban la posibilidad de que parte de las subvenciones a proyectos entregadas por Cultura —en principio, transparentes y objetivas— se otorgaron sin publicidad y discrecionalmente. Según los datos oficiales estudiados por estos autores, las ayudas no regladas llegarían a doblar (en 2002) y a multiplicar por 13 (en 2003) a las entregadas de acuerdo con la normativa vigente. En 2003, el 93 % de las ayudas a proyectos serían poco claras. Los principales receptores habrían sido *El Periodico* —por su edición en catalán— y el *Avui*, periódico decano en catalán, el único de alcance autonómico en esta lengua hasta 1997 y muy próximo a CiU (2005: 189).

El comportamiento de Presidencia, según el informe oficial hecho público en 2004, sería aún más problemático que el de Cultura: desde 1995 a 2004 «el principal instrumento» del Gobierno en su apoyo «a la prensa diaria habrían sido los convenios y las subvenciones directas, generalmente de carácter discrecional, canalizadas a los diferentes medios casi siempre a través del Departamento de la Presidencia» (Departament de la Presidència, 2004: 2). El documento llega a afirmar que, en un marco general de arbitrariedad, la única excepción serían las ayudas al catalán. Así pues, la imagen que dibuja ese informe es la de un área de Presidencia clave en las políticas de comunicación de los dos últimos gobiernos de Pujol²⁰ y en especial en el que se gestionó su retirada y el lanzamiento de Mas como sucesor.

Así, tal como muestra la tabla 6, el Departamento de la Presidencia entregó subvenciones y firmó convenios con medios privados por un valor de 52,14 millones de euros durante las dos últimas legislaturas de Pujol, una cifra un 25 % superior a las de Cultura durante el mismo período. De hecho, durante cinco de los nueve años estudiados, Presidencia otorgó más dinero que Cultura. De esos 52,14 millones, más de la mitad (29,01 millones) se concedieron durante los dos últimos años. Como el propio informe se encarga de señalar, el año en el que se consiguió el máximo histórico con una cifra ostensiblemente mayor que las anteriores fue un año electoral. El total otorgado por estos dos departamentos durante los nueve años estudiados fue de 94,18 millones.

Al analizar los destinatarios, las cifras indican que el conjunto de ayudas otorgadas por todos los departamentos del gobierno catalán beneficiaron

²⁰ El peso relativo del Departamento de la Presidencia dentro del global ofrecido por este informe debe relativizarse, ya que, en el cálculo de las ayudas entregadas por los diferentes departamentos, las cifras de Cultura están mal recogidas y no se incluyen grandes cantidades de dinero. Ahora bien, eso no invalida las cifras atribuidas a Presidencia, que aquí comparamos con las publicadas cada año por Cultura.

mucho más a unos actores que a otros (2004: 4 y 5). El Grupo Godó fue quien obtuvo más apoyo durante siete de los nueve años estudiados. El caso más extremo fue en 2003, cuando ese grupo recibió tanto dinero como los otros cuatro más beneficiados juntos, todos ellos catalanes (Primera Plana, Avui, Comit y Hermes Publicacions) (2004: 4 y 5). Entre los beneficiarios también había, con cantidades muy menores y solo durante los años 2002 y 2003, algunos periódicos con sede central en Madrid (*ABC*, *El País* y *El Mundo*).

Visto desde la lógica de articular un sistema mediático propio y en catalán, se observa cierta distorsión. Así, las grandes cantidades otorgadas a los editores catalanes y las más bajas destinadas a los madrileños serían coherentes con el refuerzo de los actores autóctonos. Ahora bien, el protagonismo de Godó choca parcialmente con la normalización lingüística: *La Vanguardia* no se editó en catalán hasta 2010 y el grupo solo mostró interés por el catalán en la radio a partir de 1998 y en la televisión (local) a partir de 2001. Cabe destacar que las subvenciones recibidas por Godó coincidieron con el periodo en que desarrolló una estrategia de diversificación multimedia que recibió el beneplácito del Gobierno en forma de concesiones y autorizaciones administrativas y que se financió, al menos en parte, con ayudas públicas no regladas. Así, el Gobierno catalán no solo hizo posible la aparición de medios que competían con la CCRTV, sino que subvencionó a la empresa que los ponía en marcha.

En una entrevista concedida para esta investigación, el entonces *conseller en cap* Artur Mas (comunicación personal, 4 de diciembre de 2013) justificaba las ayudas a partir de dos grandes ideas. Primero, «la voluntad de tener un sistema comunicativo fuerte» que permitiera compensar la existencia de «un sistema comunicativo en Madrid que era muy potente» y que «siempre iba orientado en la misma línea». Por otra, la necesidad de «dar a conocer y visibilizar la acción de Gobierno de la Generalitat». El responsable de esta estrategia era David Madí y se desplegó en un contexto muy particular, en el cual «era muy visible la tarea del Gobierno español del PP». Según Mas (2013), fueron acusados de un plan «partidista, orientado a ganar elecciones», pero se defendió argumentado que «todo gobierno necesita que la población conozca su trabajo porque es una tarea de interés público por definición, ya que el gobierno es de todo el país y no solo de un partido».

Como el mismo Mas (Sintes, 2003) manifestó en una conferencia en 2003, toda esta estrategia también coincide con el momento de su construcción como líder y sucesor de Pujol. En esa conferencia, señaló la importancia que tiene «la construcción y consolidación de una imagen pública», ya que sin ella «no se puede hacer política de primer nivel» ni ejercer el liderazgo (2003: 27). En su reflexión, Mas explicaba que los políticos «necesitan» a los

periodistas para construirla, un proceso que él tuvo que hacer de manera «acelerada» ya que se enfrentaba a un político con una imagen mucho más «hecha» como era Pasqual Maragall. La urgencia de su promoción pública era evidente para él mismo, ya que lo conocía «muy poca gente» a pesar de que estaba en política desde 1987. Según Mas (2003: 27-29), no se puede liderar la sociedad si no te conoce una gran mayoría y a finales de los años noventa a él apenas lo conocía el 20 %. En este sentido, se puede observar cómo los recursos destinados a los medios, sobre todo desde el Departamento de la Presidencia, aumentan notablemente en 2002 y 2003, mostrando correlación con los nombramientos de Mas como *conseller en cap* (2001), como candidato a la Presidencia de la Generalitat (2002) y las elecciones de 2003. Esto también coincide con la llegada de Madí a Presidencia como secretario de Comunicación y encargado de la campaña de promoción de Mas. Como recuerda Álvaro (2003: 214 y 245-247), Madí diseñó una estrategia muy mediatizada —tal como proponía el marketing político del momento—, priorizando la presencia en medios con amplias audiencias y rehuyendo las prácticas premediáticas (actos con militantes, visitas al territorio).

VII. CONCLUSIONES

La última legislatura de Jordi Pujol como presidente de la Generalitat aparece como un observatorio privilegiado para estudiar las complejas y densas relaciones entre sistema político y sistema de medios en Cataluña, en España y, por extensión, en los países del sur de Europa: los resultados de la investigación muestran con claridad cómo las necesidades de un partido en el gobierno pueden influir en las relaciones entre instituciones públicas y medios de comunicación.

Así, el análisis del marco político aporta evidencias de un gobierno objetivamente débil para lo que atañía a su situación e iniciativa política externa y, en cambio, muy atento a sus procesos internos. En este contexto, las expectativas de unas elecciones de 2003 formuladas en torno a un enfrentamiento entre un líder político consolidado (Pasqual Maragall) al frente de un proyecto político novedoso y un poco conocido heredero de Pujol (Artur Mas) al frente de un proyecto necesitado de una renovación urgente no hacían más que agravar el cuadro y las urgencias comunicativas de CiU y, en concreto, del propio Mas (que ya se sabía en desventaja frente a la figura política de Maragall).

El análisis llevado a cabo deja pocas dudas sobre el vínculo entre las necesidades de comunicación política de CiU y las políticas de medios desplegadas por este partido al frente de la Generalitat en el período escogido. Es muy evidente el apoyo a la creación de un grupo multimedia autonómico a partir de

la empresa editora de *La Vanguardia* —medio considerado afín y bien valorado por el propio Pujol— a través de concesiones y subvenciones, la mayoría encubiertas. Así mismo, la redefinición del papel de la CCRTV y la reducción de las aportaciones públicas se visibiliza como una estrategia paralela a la de crearle un competidor privado potente. Ambas actuaciones toman especial importancia al ejecutarse en un momento en que es muy probable la pérdida del gobierno en 2003 y, por lo tanto, de cierto control sobre los medios públicos. Sobre este último punto, el nombramiento de un diputado de CiU como director general de la CCRTV en el momento clave en la sucesión de Pujol no hace más que reforzar la idea de un uso instrumental del ente.

En este punto son especialmente significativas las declaraciones de Mas destacando las necesidades comunicativas del gobierno y de él mismo como *conseller en cap*. No parece casualidad, pues, que el reparto de las mayores subvenciones a medios y algunas de las decisiones más llamativas —la concesión de cuatro canales de televisión a Godó y los convenios de 2002 y 2003 para repartir frecuencias entre radios catalanas— tuvieran lugar el año en que Mas fue elegido candidato a la Presidencia de la Generalitat (2002) y el de las elecciones en las que se presentó y aunque ganara no fue capaz de articular mayoría (2003). Es decir, en el momento en que CiU necesita dar a conocer al heredero de un dirigente del calado de Jordi Pujol, que, para su formación política, lo había sido simplemente todo. En este proceso, la figura del asesor en comunicación David Madí destaca en el cuadro político del momento: siendo al mismo tiempo secretario de Comunicación del Gobierno y asesor del sucesor y candidato Mas, ambas actividades se entrecruzan cuando concede subvenciones a los medios desde Presidencia para dar visibilidad a la acción del Gobierno catalán y gestiona las apariciones mediáticas de Mas calculando el máximo impacto posible.

Cuando se analizan todas estas evidencias e indicios a la luz del marco teórico, se ve con claridad cómo, durante 1999 y 2003, desde el Gobierno catalán se gestionó la comunicación a partir de una concepción esencialmente mediática que atribuye a los medios de masas una fuerte centralidad en su relación con actores políticos y ciudadanía (Mazzoleni, 2004; Blumler y Kavanagh, 1999), y que supera la dimensión institucional para abrazar la partidista. A la par, las políticas aparecen fuertemente marcadas por las alianzas entre actores políticos y actores mediáticos apuntadas por Casero (2009) y que buscan claramente aumentar los medios afines en un sistema caracterizado por el paralelismo político tanto de los medios catalanes como de los de alcance español (Hallin y Mancini, 2008). Controlar en la medida de lo posible el discurso de los medios se intenta tanto a través de la instrumentalización de los públicos como del clientelismo a la hora de potenciar empresas privadas. La ausencia de una autoridad racional-legal (tanto en las concesiones de

espacio radioeléctrico como en las subvenciones) hace posible un marco donde la arbitrariedad ha quedado documentada en informes oficiales. Todo esto, con la clara intención de usar ese espacio de comunicación (también) para promocionar el catalanismo político y, más concretamente, el catalanismo gobernante.

Todo lo apuntado hasta aquí permite validar las dos hipótesis generales formuladas. Así, aparece meridianamente claro que, entre 1999 y 2003, el Gobierno catalán consideró clave controlar los medios para poder gestionar una legislatura compleja y adversa a sus intereses. Así mismo, en un momento en que era necesario administrar los cambios en el sistema mediático y político, CiU reorientó sus políticas hacia una potenciación de un sector privado a partir de actores afines. La intención fue consolidar a Mas como sucesor de Pujol en un momento donde empezaban a ponerse en tela de juicio las identidades políticas consolidadas y la gestión de la imagen de un nuevo grupo dirigente y de un candidato adquiriría una mayor centralidad en las democracias mediatizadas de Europa. Si bien es cierto que la dimensión lingüística y, más en general, cultural del espacio de comunicación no desapareció, es evidente que la política adquirió centralidad. Desde este punto de vista y durante el período estudiado, el Gobierno catalán superó claramente las líneas tradicionales de sus políticas de medios (con el objetivo explícito de la consolidación de un espacio comunicativo catalán para reforzar la identidad nacional), y abrazó estrategias orientadas al refuerzo de las posiciones del partido gobernante y —en ese contexto—, de promoción de un nuevo grupo dirigente. En este sentido, su experiencia no difiere de casos análogos en el ámbito español y de los otros estados del sur de Europa (Hallin y Mancini, 2008).

Bibliografía

- Álvaro, F. M. (2003). *Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors*. Barcelona: Edicions 62.
- Alvinyà, J. (1999). L'acció de la Generalitat en el món de la ràdio. *Quaderns del CAC*, 4, 19-22.
- Antich, J. (1992). *El Virrey*. Barcelona: Planeta.
- Arboledas, L. (2009). Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 909-925. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/09/art/870_UGR/71_107_Luis_Arboledas.html.
- Blumler, J. y Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: influences and features. *Political Communication*, 16 (3), 209-230. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/105846099198596>.
- Bonet, M. (1994). Només una ràdio en català. *Capçalera*, 49, 11-18.
- (2003). Present i futur de la ràdio privada a Catalunya. En J. Martí y B. Monclús (coords.). *Actes del 2n Congrés de la ràdio a Catalunya* (pp. 129-138). Bellaterra

- (Cerdanyola del Vallès): Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2004). Qui tem la ràdio local? *Quaderns del CAC*, 18, 39-44.
- Bosch, N., Castells, A., Corona, J. F., Costa M., Costas, J. C., Díaz, A., López, G., Ortuño, A., Pedrós, A. y Solé, J. (1989). *Les finances de les comunitats autònomes. L'experiència de Catalunya*. Barcelona: IEA.
- Caminal, M. (2001). El pujolisme i la ideologia nacionalista de CDC. En J. B. Culla (coord.). *El Pal de Paller. Convergència Democràtica de Catalunya (1974-2000)* (pp. 127-160). Barcelona: Pòrtic.
- Casero, A. (2009). El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC_08/Andreu_Casero.html.
- Comas d'Argemir, D. (2009). L'espai radiofònic en la societat i territori de Catalunya. El concurs de les FM. En M. Subirats (coord.). *Societat catalana 2009* (pp. 149-172). Barcelona: Associació Catalana de Sociologia.
- Corominas, M. (1997). Estructura y polítiques de la comunicació. En J. Berrio (ed.). *Un segle de recerca en comunicació a Catalunya. Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa* (pp. 99-150). Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Crespo, A. C. (2014). Construcción nacional, independencia y soberanismo: ¿una nueva fase en el nacionalismo catalán? En C. Navajas y D. Iturriaga (eds.). *España en democracia: Actas del IV Congreso de Historia de Nuestro Tiempo* (pp. 349-358). Logroño: Universidad de La Rioja.
- Fernández, I. y Blasco, J. J. (2005). Las ayudas públicas a la prensa en Cataluña. *Sphera Pública*, 5, 181-199.
- Generalitat de Catalunya. Departament de la Presidència (2004). *Informe sobre les subvencions, les subscripcions i els altres tipus d'ajuts o publicitat que ha rebut la premsa diària en els darrers deu anys i el mapa actual d'aquest mitjà*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Gerstlé, J. (1992). *La communication politique*. Paris: PUF.
- Gifreu, J. (1991). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Cedec.
- (2014). *El català a l'espai de comunicació. El procés de normalització de la llengua als mitjans (1976-2013)*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Servei de Publicacions, Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; Valencia: Universitat de València. Servei de Publicacions.
- Giró, X. (1991). *Conflictes de televisió a Catalunya*. Barcelona: Diputació de Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Guimerà, J. À. (2007). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2005)*. Barcelona: CAC.
- (2014). *Les polítiques de comunicació durant els governs de Jordi Pujol*. Barcelona: Proa.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.
- Jones, D. (2003). Pujol y la construcción de un espacio catalán de comunicación: interacciones entre instituciones políticas y empresas mediáticas. *Ámbitos*, 15, 499-524.
- Lo Cascio, P. (2008). *Nacionalisme i autogovern. Catalunya 1980-2003*. Catarroja: Afers.
- Martí, J. M. y Bonet, M. (2000). La ràdio. En M. Corominas y M. de Moragas (eds.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2000* (pp. 43-65). Barcelona: El Periódico de Catalunya.

- Martínez, F. y Oliveres, J. (2005). *Jordi Pujol: en nom de Catalunya*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Mateos de Cabo, Ó. I. (2000). Los comicios catalanes de 1999. Un caso curioso en el sistema electoral proporcional: votos versus escaños. *Revista de Derecho Político*, 47, 253-285.
- Mazzoleni, G. (2004). *La comunicazione politica*. Bologna: Il Mulino.
- Moragas, M., Fernández, I. y López, B. (2003). Les polítiques de comunicació. En M. Corominas y M. de Moragas (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2001-2002* (pp. 231-246). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Servei de Publicacions, Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València. Servei de Publicacions.
- Pujol, J. (2007). *Memòries (1930-1980)*. Barcelona: Proa.
- (2009). *Memòries. Temps de construir (1980-1993)*. Barcelona: Proa.
- Sintes, M. (coord.). (2003). *El candidat davant del microfon. Els polítics catalans parlen dels mitjans de comunicació*. Barcelona: Edicions Blanquerna.